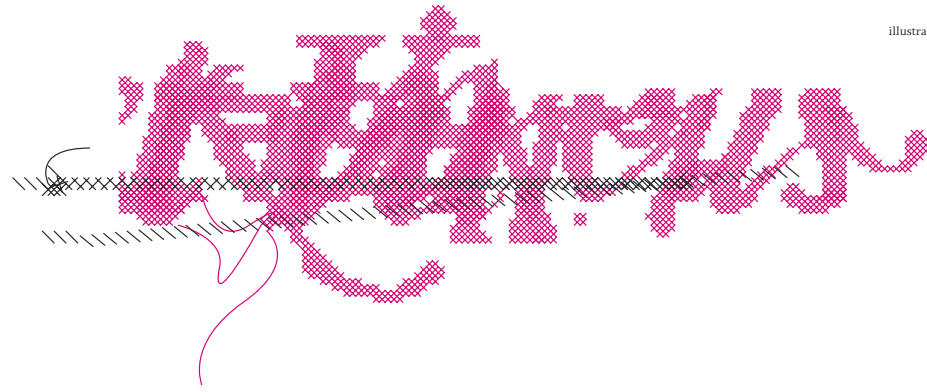


## DEZINE



LORENZO MARIANI er 18 år og bor i Ancona i nordøst-Italia. Lorenzo fanget oppmerksomheten til denne spalten ved sine dedikerte fan-tegninger av band som satyricon, IMMORTAL og MORTIIS. Han har fått publisert arbeider på fan-galleriene til flere band og fått stor oppmerksomhet på siden til det franske glam-black-metal-bandet ANOREXIA NERVOSA. Det er en interessant innfallsvinkel for å gjøre arbeidene sine kjent og en fin mulighet for å få kontakt med profesjonelle utøvere som er potensielle framtidige oppdragsgivere. Lorenzos illustrasjon i dette DEZINE er av RHEIDMARR, vokalist i Anorexia Nervosa (og COUNT NOSFERATU KOMMANDO som bl.a har gitt ut platen med tittel Ultraviolence Über Alles og har bustet logoen til CALVIN KLEIN på coveret). Dezine tok en liten prat med Lorenzo Mariani.

LORENZO: Siden jeg var et barn har jeg hatt en pasjon for kunst og musikk og har tegnet og hørt på musikk siden jeg var 5-6 år gammel. Min lidenskap for kunst grunner i interesse for de store klassikerne som CARAVAGGIO, BOSCH, REMBRANDT, LEONARDO, MICHELANGELO og mange andre, fra MEMLING til DALÍ. Innen samtidskunsten liker jeg ikke

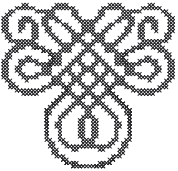
så mange, men jeg følger nøye med på coverart for samtidens musikkartister. Når det gjelder musikk så handler det hovedsaklig om metal og klassisk musikk for meg.

I år fullfører jeg en utdannelse på «Electronic Images»-linjen på Institute of Art «E. MANNUCCI» i Ancona. Her har vi lært om computer graphics og profesjonell filmproduksjon/redigering med digital teknologi som DVCAM, AVID etc. I 2001 deltok jeg for første gang i en malekonkurranse og vant...

DEZINE: Kan du si noe mer om relasjonen mellom musikk og kunst/design for deg?

LORENZO: For meg er forholdet mellom musikk og design fundamentalt. Det visuelle er uløselig knyttet til musikken, for eksempel er CD-artwork like viktig som musikk på CD'en. For meg er god artwork på en CD nødvendig for at jeg skal like den, fordi med dette så viser bandet at de har god visuell smak i tillegg til å være gode musikere. Siden jeg var liten har jeg alltid tegnet med musikk i bakgrunnen. Min mor er

DEZINE er en spalte laget av HALVØR RODIN, grafisk designer i VIRTUAL GARDEN [www.virtualgarden.no] online-versjon med back-katalog publiseres på www.superlow.com/dezine feedback: dezine@superlow.com illustrasjon [av RHEIDMARR fra ANOREXIA NERVOSA/COUNT NOSFERATU COMMANDO]: LORENZO MARIANI DEZINE-logo dette nummer: FORLEIEMET BY ANDREAS NYSTRØM sota broderi: ANDREAS NYSTRØM brodtekt: MNION musikk: DUB BEAUTIFUL COLLECTIVE [streaming radio] + DARKTHRONE «Hate Them» drikk: espresso & frukt



lærer på en av verdens viktigste musikkonservatorier. Hun er pianolærer og derfor har jeg lært meg å sette pris på klassiske komponister som MOZART, BRAHMS, CHOPIN, RACHMANINOFF, BACH og mange andre. Alle mine tegninger og malerier har en lyd i overført betydning.

DEZINE: Hva skal du gjøre nå?

LORENZO: Etter skolen vil jeg fortsette på en kunsthøyskole eller ta en grafisk design-utdannelse. For tiden jobber jeg med band, webziner, personlige arbeider og mye annet. Drømmen min er å bli en stor maler som LEONARDO, CARAVAGGIO og de andre store kunstnerne...

www.lorenzomariani.it  
www.mother-anorexia.com



DEZINE kaster bensin på bålet for å brenne de norske grafiske design-heksene: Den tonangivende svenske AD'en og juniordesigneren ANDREAS NYSTRØM [24] bidrar her med Beavis & Butt-head-ser-på-musikkvideo-kommentarer fra Grannelandet. Sortering er gjort etter en heftighetskala fra 0 til 10. 10 kikker major ass, 5 er lagom middelmådig og 0 er stryk-karakter og ufattelig pinlig. Informasjon og inspirasjon er hentet fra den svenske boken NORWEGIAN DESIGN 2003 og fra de respektive designbyråers webider.

WWW.UNIFORM.NO  
«Drivkraften vår er gjennom grenseopprengende design å skape resultater for våre oppdragsgivere... krydret med androgynt intuisjon, magfølelse og et snev av galskap. Ufattelig kass med gladkristen-sprø-gjøglete bilder av ansatte. Livlare, har de oppdaget Dag Thorenfeldt på denne siden av århundreskiftet eller? Tror de at de er TenSing-ere fordi de jobber for Frelsesarmen eller? Deler den døve Kite-trenden med Tank. Her: LHU-brosjyrer. Ekstrem-stygge og såkalt folkelige videocover for NRK-videore. Brosjyrer for Datamatrix ser ut som de er uniformet i 1990, året da Photoshop kom på markedet :-)

WWW.UNION.NO  
«Vi skal styrke oppdragsgivers markedsposisjon gjennom å tydeliggjøre identitet, verdier og budskap... Vi vektlegger trivsel, miljø og faglig utvikling som vesentlige prinsipper for å tilrettelegge oss best mulig kompetanse innen våre forretningsområder». Er ivrig deltaker i vekst-omnis-mennesker-fyllt med gradients-trender. Her: Filmport som forover viderføres med det samme blå-illa opplyst av oppvigerne Skinn Design. Deler den fascinasjonen med de fleste andre gamle ungdoms-aktige designere som kan krype og gå. Bibliotheca Alexandrina-loggan er omtrent like formsaker som Trigger sin Via Dial -logo og de har tydeligvis ikke alliert seg med de aller grymeste arabiske fontdesignerne... Hvorfor har de også skrevet navnet på biblioteket fel i Norwegian Design-boken :-)? Vet de ikke helt hva kundene sine heter? Kompromissløs design på kundens premisser...

WWW.TRIGGER.NO  
«Hva som er vakkert er mindre interessant i forhold til om budskapet er klart eller utydelig. Men, misforstå oss rett: I Trigger er vi selvfølgelig også opptatt av estetikk og det formmessige uttrykket!» Særlig! Som logoen til Via Dial, eller Copenhagen Airports 2000? Quart er tydeligvis deres rocka street-cred prosjekt hvor de uinntaksvis tillater lite rufad typografi. Bare synd det er de sjukt autistiske Grid strategiske design som har gjort den : ) Hehe... de har laget visitkortet til Tor Mikkel Waar... Er ikke det han gamle Norske Fremskrittsparti-geeket?

WWW.TANK.NO  
«Oppgaven vår er å hjelpe våre kunder å kommunisere sine verdier og holdninger slik at det øker deres verdi og omdømme. Vi brinner for dette faget, og gleder oss til å gå på jobb hver dag!» Deler Kite-trenden med Uniform. Her: sno sin årskonferanse «Frigjør skapkraften». Deler også den skoyer-aktige foto-trenden med Uniform. Er alle norske designers wanna-be Runar Søgaard eller hur? Å gjøre nyskapende design betyr ikke å bli født på ny, av den hellige ande... Saiten lider av Norges mest konsta og geekiga interface og var mycke bedre forut. Mange av greiene i deres portfolio tyder på at Tank-arbeiderne også gleder seg til å gå hjem hver dag... Snabb håndverk med bezierkurver ute av kontroll og konsta hundar og greier... Er de kass som originalare? Tank er snubbarna bakom Norges svar på Cap&Design; Visuelt. De har tydeligen viderført de tørskete malerna från See och Deville. Når skal Norge få et modigt designbilde med god kritikk og hyfod grymt design? Graffil er dumma som gress :-)

WWW.ASFAS  
Nestlé Sioko-pinne-designet samt Nuggi er vel ikke noe å skrive hem om? Tilhengere av den nye typografitrenden med å bruke fonten Sand. Her: Hakon fra. Noe de deler med de ellers street-cred-søkende Bleed som anvender Sand til sin ekstremt fliniga design for Platekompagniet. Har dette noe med killarna Vebjørn og Anne å gjøre? Asp sin slappe pakningsdesign og kjedelige kundeslikkende arbeid for de norske våpenpusherne Kongsberg drar ned for ellers sköna klassiske logoser og

profilprogram. Bankkortet for Gjensidige Nor er desverre utlignelig lavmål. Det må være det lamreste bankkortdesignet på hele Internett og har ingen sommerfugleffekt på andre siden av kloden for å si det skinn... Poeng: 3

WWW.ARD.NO  
«Original and, verdifull og individuell». Hehe... sikkert... «Lang erfaring i design og et bredt kontaktnett gjør såd til et spennende miljø å være en del av». De er positive, optimistiske og nygerrige... Familien Bra spor da meg... Puslespill av flokker. Loggan ser ut som en slaktet gris, sikkert derfor de gjør design for Polisen og gir Oslo sporveier en slinn sjukt og syrete ungdoms-look. Steg for Steg vinner sikkert en klassikerpris for velformede loggar :-)? Frutti mix er inte helt kallas... Poeng: 4

WWW.STDESIGN.NO  
«Se, smake, lukte, tale, lytte, oppleve, føle...» Sure baby. Jöss de har laget pakning for Brelett. Norges svar på Lett & lagom. Heftigt! De har også laget Sol-is som danner hjerte med to halvdelr. Virker som Virtual Garden design har rappet dette konseptet for Duo-vinen... Ellers er Gådde wienerpølse en klassiker og Skjærgårdsplis fra Ringnes er kanon-snygg! Poeng: 4

WWW.SCEDESIGN.NO  
Hehe... senior designers. Seeing is believing! Fika idé det der med navnet. Kan noen tenke de le når de sitter i møterommet og finner på pay-offs med innbygget see. Hvis de er så opptatt av hva man ser, hvorfor lager de så hyfod kjedelige og middelmådige arbeidre. De er mer opptatt av å bevare det bestående og rompedlike kundene enn å skape noe nytt. For eksempel deres årberetning for Det Kongelige Hoff. Snakk om å lage humorløs og balløss design! Eller Caiano vinetikk. Vad har de røkt? Jag går och tar meg en sil... Poeng: 2

WWW.SDG.NO  
«Time is right for a new Scandinavian design». Sure. Kanskje noen nye utøvere hadde vært på sin plass. Disse er uargamle. De lager grymt snygga pakninger for Leiv Vidar korv og den supernice bag-in-box vinen Fritjof Nicolaysen Collection. Det er sikkert bette med grønt fake-gress i sitt kreativitets-lokale enn kreatør-sparksykler som Virtual Garden sportar. Poeng: 6

WWW.ROSEHOPF.NO  
«Interessante utfordringer vis-à-vis ulike oppdragsgivere er spennende». Jada. Som pakninger for halvstekte baguetter og heftig Eldorado soy-aks. Jag visste inte at de hadde kunder som heter Kunsindustrimuseet! Hva kan egentlig kalles kuns? Poeng: 7

WWW.MONS-ROENNING.NO  
Skraatt! Han har laget logoen til Norsk hjortesenter og Kaffe & krem. Ubetalelig... Jag er helt såld på hans egen logga... Registrerad vatumärke! Jävlar! Poeng: 1

WWW.MISSION.NO  
Dom här polarna gör allting politiskt korrekt. Veldig bra til å være norsk desajn! Grattis! Sjølv om de har snodd loggan til paregoss.com. Eller omvendt. Dom har de samme stripen og det samme symbolet. Men det är snyggt som faen! Poeng: 7

WWW.GRID-DESIGN.COM  
«Scandinavian leading Multidisciplinary Brand and Design Consultancy».

Det kan vel diskuteres :-)? Det grymeste de har gjort er vel Quart-loggan. Bortsett fra profilen for frisørkjeden På håret hvor de forsøker å være enda mer grunge-ungdommelig. De burde holde seg til det de kan, å lage kjedelig middelmådig strategisk design... Poeng: 2

WWW.GIRAFF.NO  
«Bis er mate «då! Magie! Giraff synliggjør din konkurransefortr!»... Vi synliggjør dine verdier... Herre Jesus! Tror de at matet er noe unik forretningsidé? At det er noe som trekker kunder som fluer til nyplakta lam? De burde få seg en tekstforfatter, og gå på bykurs i beziér-hedling. Utrolig stygg bild i Norwegian design-boken :-)? Korsetfest på det norske flagget, discotpyo og fliniga glis. Jippi! Desajners med bart! Flinigt djur... Poeng: 2

WWW.GAZETTE.NO  
«Gazfester... Spennende frokostseminar om e-post!» Kødder de! Krihhissere! Gjør funky ungdomsdesign for å være ungdommer til Herens største styrke: 6. divisjon. Bra Norge ikke er i krig med det desajnet! Poeng: 3

WWW.FUGIBAGGDESIGN.COM  
Burde holdt seg litt unna grafisk design kanskje? Total 80-talls-mærke i deres arbeiter. Poeng: 3

WWW.FITCHWIND.NO  
Jankiens favoritt-drikk Litago er nok det beste de har gjort... De har imidlertid piskes for å jobbe med Nescafé Gull. Decaf design! Har tegnet den gamle m-loggen som Virtual Garden design liksom har redesignet. Har de tatt seg betalt for å kerne bokstavnene eller? Nei, den gamle loggan er fortfarande den smygaste! Poeng: 2

WWW.FASSETT.NO  
Duktiga med ungdom. Bankkort som ikke suger. Årsrapporter som overrasker. Jättebra! Selv om de ikke helt behersker anførelstekn... Poeng: 8

WWW.ENZO.NO  
Bevater «The Powers That Be». Det Kongelige Bryllup 2001 är et godt eksempel på humorløs offentlighet. Helt ok og flinkt. Poeng: 6

WWW.ENTRPREISEIG.COM  
«Gjennom strategisk design skaper vi varige verdier for våre oppdragsgivere». Sejer inte alle ihop nettpett det sammat? Tror de på det? Hva tor de på egentlig. Typisk kjedelig norsk og liksom-internasjonl design. Loggan til Ergo Group ser precis ut som symbolet til Mission og typoen til Grid! Bare nye dirligere... Slakter'n Spesialviserier er ekstremt nyskapende i sin genre :-)? Om man odlar eller är man borgare... Poeng: 2

WWW.ENGENOGHARLEM.NO  
De har like stupid egenprompo-bild som Uniform! De ser helt mongo ut alla ihop. «We help companies and products to be better known and better understood». Helt sikkert :-)? Som Nettbus, som minner om en Friskis-og-svettis-gympa-dress från 80-tallet. Precis de samme fargene som junkies nu om dagen gikk på sine kläder. Hvorfor jobber alle norske designers for slakterier? Jag trodde såld var Norges främsta industriprodukt! Poeng: 2

WWW.DINAMO.NO/DESIGN  
Jävlar! De har laget loggan til Eldrebøljen, den med opp-ned gløtt! Og Posten «The largest design project in Norway 2001/2002». Sure. Mått i antall kroner eller i lyskad resultat? Det kostet vel fisk å rita kurvene på de Norge-2000-aktige livsfrisene og velge den nyskapende fonten Foundry Monoline som passer så hermskt godt tillsammans med Postens klassiske Gill Sans! Oh shit! De har samme slogan som See Design!!! «Seeing Is Believing». Utrolig, plagiat! De mener det er et must for et designbyrå å gå å tenke «samselhetlig». Jag är bländad! Poeng: 3

WWW.DIVELLE.NO

ANOREXIA NERVOSA  
stands against neo-metal, ross robinson & other hardcore vermins,  
pacifism & ecology, tolerance & betrayal, whiskey on the rocks,  
life & perpetuation of the human race.  
No turning back. No compromises